

第98回 京都市消費生活審議会 会議録

【日 時】 平成22年2月5日（金）午後2時5分～午後4時15分

【場 所】 京都市 市民総合相談課（市民生活センター）研修室

【出席者】 消費生活審議会委員13名（五十音順）
市川篤子委員，伊藤義浩委員，糸瀬美保委員，狩野佳代子委員，
川口恭弘委員，高田艶子委員，早瀬善男委員，星野光恵委員，
松岡久和委員^{*1}，山本克己委員^{*2}，結城公生委員，若林靖永委員，
和久井郁子委員

^{*1} 消費生活審議会会長 ^{*2} 消費者苦情処理部会長

京都市

文化市民局長 山岸吉和，市民生活部長 鷲頭雅浩，
市民総合相談課長 山本滋生 ほか

【概 要】

1 開会

○京都市文化市民局長挨拶

御出席賜り，誠にありがとうございます。前回1月20日に開催したばかりであるが，審議内容，質・量ともに非常に大きく，私どもの見通しが甘く，再度お集まりいただいた。私どもとしては十分な御審議をいただくということでありがたいが，委員の皆様には貴重な時間を割いていただくこととなり，誠に申し訳なく，お詫び申し上げます。

（以下，「※1」等は，23ページ「巻末 注」参照）

2月2日に開催したシンポジウム^{*1}では，松岡会長，渡辺委員に御出演いただき，委員の皆様にはお越しいただき，また，関係の方にお声がけいただくということで，多数御出席いただいた。内容はもちろんのこと，形のうえでも非常に良いシンポジウムにいただいた。心より御礼申し上げます。

今日，御審議いただくことによって，一定の課題を整理し，市の内部で，計画の調整を行っていく。その検討に当たっては，市長も常々申している施策の融合ということで全庁的な連携を更に強化したものにしたい。

今日の御審議いただいた内容を十分反映したものとしたいので，活発な御審議をお願いします。

○京都市消費生活審議会会長挨拶

お忙しいところお集まりいただき，ありがとうございます。

まず，お詫びを申し上げますが，前回これほどたくさん御意見を頂戴できるということを期待していなかったのは，確かに私も甘く，もう1回，会を開かせていただくことが出てきた。それから，日程調整で，会長と部会長が3人いる中で2人は出ていただかないと後のことが困るということだが，その3人の日程がなかなか合わなくて，今日か，一足飛びで3月の下旬しかないという状況があった。

先々週で今日では幾らなんでもあまりにも機会が短いし、日程調整のチェックをしていただいた際に、半数ぎりぎり、ちょっとプラスしか御出席いただけないということで、手続き的にもどうなのかと疑問を申し上げた。しかし、3月末に延べたからといって、これ以上充実した審議ができるとは思えない、むしろ続きで早いうちに更にもう1度議論をするのが良いだろうというのが1つと、事務局から補足説明があるかもしれないが、後の作業、取りまとめの作業等を考えると、もう3月の末ではどうしても遅いということになりそうである。それで今日御無理を申し上げてお運びいただいた次第である。事務局もそうだが、私も会長として、その辺、見通しが至らなかったところがあり、皆さんに大変御迷惑をお掛けした。この点、厚くお詫び申し上げる。

もう1点、山岸局長も御紹介いただき、何人かの委員にも2月2日のシンポジウムにお出でいただいた。今日の資料の最後にコピーが付いており、何でコピーかと言うと、当日たくさんいらっしゃったので資料がはけてしまったという、そういう意味では、大変うれしい状況である。松本先生のお話は、中身は高度でかなり難しいが、パワーポイントを使って非常に分かりやすくお話いただいたし、市長は市長で、得意の市長節ですごくインパクトのあるお話をしていただいた。渡辺委員、二之宮弁護士とも事前の打合せはほとんど無かったにもかかわらず、非常にうまく議論ができたと思っている。そういう点で大成功だったと思うが、今日の話題に関連して言うと、私はその後で、ちょっとどうしたものかと思った点が1つある。翌日の新聞を拝見しまして、載っていないかなと思って見た。何も載っていなかった。新聞に載るほどのニュース・バリューは無いのかな、市長が2月2日には直前に会見^{*2}をしておられ、それは予算の関係で、そちらのほうが大きいの、それはしょうがないかなと思った。それでホームページを見てみようと思って見てみたが、何もない。どこを探しても何もない。これでは折角の、もう少し輪を広げましょうという、シンポジウムの中身は何だったんだという話である。皆様に御議論いただいて、ここにも付いているアピール文、メッセージについても、松本先生から過分のお褒めをいただくなど、評判としては悪くなかったと思う。ただ、これを来ていた方だけでなく、本当に市民全体にアピールする必要があるということを考えている訳だから、今日の話題、まさにそういう情報発信だとか、消費者教育・情報提供について、この点、足元をもう一度見詰めでないとダメではないかと痛感した次第である。

そういうことを含めて、前回、消費生活における課題の前半の「消費者の安心・安全」を取り上げて、随分御議論いただいた。今回その続きの「消費者教育・情報提供」から入りたいと思うが、前提として、前回出た御意見を出しっ放しにしてもなんだろうと、出た意見の要約くらいは作るように事務局に申しましたので、最初にそういう説明をしていただいた後で、「消費者教育・情報提供」の6項目を、2項目くらいずつ分けて議論し、「(2) 計画の実効性の確保について」を議論したい。また活発な御意見を頂戴できるよう願います。

2 議事

(1) 消費生活における課題について

松岡会長 第 97 回審議会の審議については後に詳しい議事録が出るが、今回連続して考えていただくために、前回どのような意見が出たかにつき概要を作っていた。いちいち読み上げるものでもないが、事務局で補足の説明があれば願います。

〔事務局から説明〕

(今回の開催、シンポジウムの広報について)

- パブリックコメントを含めたスケジュールから、御無理をいただいて本日開催させていただいたことをお詫び申し上げます。
- シンポジウムのフォロー、メッセージの発信が全然できていなかったことは、今後、十分留意してまいりたい。

(注) 以下、「ページ」は、資料の通し番号によるページを示す。

(資料 38～40 ページ参照)

- 資料のページは、前回の資料の続き番号である。
- 会議録のまとめは、もう少し時間がかかるので、前回の区切りごとに枠囲みを設け、意見を抜き出し、項目分類して掲載している。

松岡会長 ここに挙がっているものがすべてではなく、多分漏れている御意見もあるだろうが、その点は御容赦いただきたい。また、審議は未検討の項目を先に議論させていただき、時間的に余裕があれば、前回の項目についてのさらなる御意見も、最後に追加して御議論いただこうと思う。

前回の資料の(1)の⑨から説明していただき、質疑応答と意見交換を進めていきたい。

〔事務局から説明〕

(資料 17～19 ページ参照)

- 「⑨義務教育期の消費者教育について」「⑩若年者の消費者被害の防止のための取組について」は、消費者教育・情報提供の面で、いわゆる若年者層についての2項目である。
- ⑨について、現状としては、くらしの達人事業のような年1回の事業のほか、年間を通して教育現場で好きな時期に活用できるような支援ツールの充実に努めており、19年度から中学生向けの消費者教育冊子を配布を開始し、今年度は小学生向けのDVD教材の作成に取り組んでいる。
- 参考として、教育委員会や関係局の取組を挙げているが、ここに漏れている直近の情報、かつ、異なる分野間で連携した取組も行っていることの紹介として、都市計画局の住まい体験館、子ども向け住まいスクールとい

う講座を紹介。2月17日に開催するが、テーマは「住まいと食事のマナーについて」で、小学4年生から6年生とその保護者を対象として開催する。

○ ⑩について、相談件数は落ち着いているが、マルチ商法など、数年おきに大きな被害が発生しており、引き続き警戒が必要である。

○ 19ページの参考2に大学への出前講座の実施状況を挙げている。一時期に集中すると対応が難しいが、もう少し拡大していきたい。

松岡会長 ⑨の小学生向けのDVD教材のキャラクター「クーリング・オフマン」というのは、シンポジウムの表紙を飾っているが、これのアニメーションを作るということである。動画配信は、⑩の若者向けの啓発でやっているということである。どこからでも御質問、御意見を出していただきたい。

ちなみに最後の大学への出前講座の実施の件に関連して補足させていただくと、全部の大学、全部の学部で実施しているかどうかは分からないが、新入生向けにはだいたいどの大学でも履修指導やガイダンスを行っている。主には、大学での勉強の仕方、単位の取り方を中心に説明するが、最近は学生生活のこともきちんと説明しておかないと常識を欠いた学生が何をやるか分からない心配もあるので、だいたい1つは、「悪徳商法には引っかからないように気を付けなさい。うまい話には絶対ワナがあるんだよ」という話、他には最近交通マナーが悪く自転車事故も目立つので、そのことに注意を喚起する話、さらに最近では、覚せい剤・薬物乱用の問題、こういう話をどの大学も時間をとって説明をするようにしていると思う。京都市からも「是非消費者教育をしてください。協力が必要なら、出前講座というようなことも可能です。」というような情報提供を、今後もやっていただければと思う。

どの点でも結構だが、御質問や御指摘はございませんか。

市川委員 ⑨と⑩は、子どもたちに向けてということで書かれているが、⑨の「2 課題」のところに「子ども・保護者の関心事の把握」ということが書いている。今、悪質商法とかいろいろ手口がどんどん進化しているので、子どもたちに情報を与えるだけでなく、保護者のほうにも情報を届けたいと思っているが、特にお子さん、子ども達についてということではなく、保護者のほうに向けて子どもを通じてということで、何か具体的な案などあればお聞きしたい。

教育委員会との連携については、中学校、高校だと家庭科の先生が消費者教育にかかわっており、教科書の中の授業に入っていると思うが、やはり時間数的には、年間を通して見るとかなり偏った時期に大急ぎで授業するだけということになる。そういう授業、テストとして、子どもたちがテストを受ける、学期末テストを受けるからというのとは別に、子どもたちに実際に、少し実習というか、例えばショートムービーのようなドラマ仕立てというか、そういうものを見れば、もう少し分かると思う。教育委員会との連携において、家庭科の授業以外で、具体的に何か検討されているかお聞きしたい。

山本課長 子どもさんだけでなく、保護者に消費者のことを学んでいただくということでは、今まで特段の取組ができている訳ではない。御意見を伺って、これか

らPTAであるとか、保護者がお集まりのところでそういう機会を設けていただくような、そういうPRということ、やはり教育委員会等を通じて検討していくことが1つの課題だと感じた。

それから教育委員会との連携ということでは、「1 現状」の4つ目に挙げている消費者教育連絡協議会を昨年教育委員会と私どもとで設け、学校指導課、生涯学習の担当部署の課長等と、連絡協議会、教育委員会を通じての消費者教育のアプローチの仕方等を協議しているのが現状で、これからいろいろメニューが出てきたら取り組んでいきたい。

市川委員 今、PTAという例が出たが、できれば、子どもを通して保護者に配布物等が行き渡ることになれば、中学校の家庭すべてに届けられる。高校も今進学率が100%に近いので、かなりの保護者の方に情報が伝えられると思う。検討していただきたい。

松岡会長 とても良い御意見で、単に消費者問題一般についてのパンフレットを渡してもしょうがないと思う。むしろ、今、御発言を受けて考えたことだが、例えば、一旦、塾に行かせてみたけど、後でトラブルが発生してやめたいときどうするかとか、売り込みが厳しい教材を必要以上にたくさん買わされて困っているとか、まさに消費者が子どもとの関係で置かれる問題に絞った形で訴えかけるものを御用意いただくと良い。それはそんなに費用は掛からないし、市川委員の御指摘になったように、子どもを通じて配布する形ができるのなら検討していただきたい。一般的な啓発よりは、むしろ受け手を絞った情報が効くだろう。

高田委員 子どもを通してということに関する意見として、今、小学校では、女性会土曜ふれあい塾とか、放課後学び教室のように、学校の授業以外に地域が請け負うような形で子どもの学習とか、居場所づくりの取組をしている。私もそういうことにかかわっているが、今年の夏休みに放課後学び教室で、そういう特別講座みたいなのをやりたいねということで学校のほうにお聞きすると、「あんまり心当たりありません。」という話で、「教育委員会からそういう話は無いんですか。」と聞くと、「さあー？」という感じだった。たまたま環境問題にかかわっている方から、「気候ネットワークのほうで、小学校出前プログラムという環境教育のプログラムがあって、100校とかを対象に年間1千万くらいの委託を受けてやっているプログラムがある」ということを聞いて、そちらのほうにお願いして2時間ほどの出前講座をやっていただいた。非常に好評で、事前にお話をしていたら、保護者も行っていていいですかという話があって、保護者も御一緒にさせていただいた。

そのとき思ったのは、地域でそういうニーズ、そういうことをやりたいなと思っているときに、確かに京都市のほうに出前講座とかいろいろあるが、そこにすぐ繋がらない。そのときに現場に、そういう情報がちゃんとあれば——「もし、こういうことがしたいんだったら、こういう講座がありますよ。こういうのがありますよ」ということを知らせておいていただければ——非常に取り組みやすい。学校を場にして何か企画するときは学校の先生方に相談するので、学校現場であれば、やはり教育委員会を通じて学校の先生に知らせておいていただければと思う。今、教育委員会との連携ということを言われたが、やはり一つ一つ実際に使

うほうの立場に立つような形のプログラムを是非作っていただきたい。

若林委員 2つある。1つは質問に近いが、若年者のほうは消費者被害の防止とあるので何がねらいなのかというのはよく分かるが、義務教育期の消費者教育というのは、「何を学ばせたい、何を習得させたい」ということをねらい・目標としているのか。その定義がこれ自体書かれていないが、何を獲得したら100点だということに定義されているのか。

もう1つは、他のこと全般に通じることだが、この手の教育・啓発チラシその他の最大の欠陥は、配った枚数・セミナーをやった回数・参加した人数は分かるが、「だから何やねん」という効果が測定できていない。私のような広告効果の分野でも、やっぱり単純な人は「広告をしたら売り上げが伸びる」と考える訳である。これは大きな間違いで、売り上げというのは、いろんな事情で増えたり減ったりするので、広告だけで決まる訳ではない。でも、広告をしっかりと「認知度が増える」「今までよりは好きという好意的な態度が増える」とかいうふうに、売り上げに繋がるその前の段階の事象尺度は間違いなく向上するということは、ちゃんと測定すれば出る。広告効果論というのは意味が無いという議論があり、確かに売り上げを完全に説明できるモデルは未だに発明されていないので、そういう意味では意味は無いが、ただやはり、より優れた広告を作るためにしっかり測定して見直しをしてということで、今日の広告はレベルアップが図られている。ところが、この手の消費者啓発用の教育も、ビデオ・チラシも、そのような適切な効果指標を心理学的にちゃんとフォローして改善・改良するというプロセスを組み込んでいないので、僕から見ると駄々漏れ的に毎年お金を使って、それで自己満足しているというモデルにしか見えない。

これは京都市だけの問題ではないし、国もそうだし京都府もそうなので、別に京都市だけが頑張らないといけないとは言わない。でも、警察はちゃんと研究所を作って、交通事故を減らすために様々な学際的なアプローチで、いかにしたら交通事故死者が減るのかという実験研究をして、ちゃんと道路交通法、法律に具体化され、着実に交通事故死者を減らすのに成功している。ところが消費者問題に関しては、そのような科学的な或いはエンジニアリング的な態度が全く取られていないので、以前として10年前20年前とほとんど進歩が無いという行政になっている。以前も申し上げたが、やはり交通警察、交通行政に学んで、消費者行政のお金が有るのであれば、チラシ作りにお金を回す前に、ちゃんとそういう実験をするプログラムにお金を回すことをきちっとやる。もちろん、これは1自治体がやるよりも、もっと大きなところで組み立ててやるほうが良いのは決まっているが、そういうところと連携できるのであれば、そのほうが良いと思う。全体についての意見でも、「そろそろ、こういう効果が上がっているのか分からないような形での公共事業はやめよう」というふうな意見が有る。

もちろん、逆の意見も有り得る。「先生、数打ちや当たるんだから。とにかく、たくさんやりましょうよ。」と。実は、たくさん配って、たくさんアプローチすれば、1個1個のデキは悪くたって効果は上がる。その方法論もある。しかし、現状では、やっぱり、限られたお金で限られたチラシを配ってという、限られた状況

で効果が上がっていないので、中途半端である。レベルを上げるよりも、量でカバーするという方法論では、先生マターを巻き込むことに成功して、「すべての小学校とかで賢い買い物は何かということが、毎年どの学年でも年に1回くらいは、ちゃんとクラス討論のテーマになっている」、「京都市の小学校すべてで、毎年1回の授業は、消費者問題、或いは賢い消費者、買ってしまって失敗したとか、ゲームのし過ぎで怒られたとかという、そういうことを教材に消費のあり方を考えるというのが行われる」、そういうことを一斉にできれば、教材なんか無くても多分効果は高い。しかし、そこまでも行っていない。

アプローチは両極端あり、取り敢えずであれば後者の方法論も悪くはないと思うが、この手の事業では、基本的には、そういう科学的なプログラムを組み込むことを、そろそろ最初からビルトインしておくべきではないかと思う。

早瀬委員 的確なポイントだと思う。我々事業者にとって広告には、そういう側面が大いにある。今、自己満足と言われたが、我々からすれば、気休め、こういう側面が大いにある。下手な鉄砲も数打ちゃ当たる、そういう側面があり、まさに、今、仰ったとおりだと思う。

松岡会長 後半の御指摘は、確かに私は気が付かない。消費者法学会があるが、法律家が中心なので、今のような発想はなかなか出てこない。

若林委員 トラブった問題をどう救済するかという意味や一定の社会秩序を作るという意味では、法律は骨格を作っているのが本当に決定的である。が、一方で、我々は骨格だけで生きているのではなく、もっとドロドロ、或いはもっといい加減に生きている訳で、法律だけでは生きられない。いい加減な側面に影響を与えるアプローチも、もう1つの柱に立てないと、法律のアプローチだけで消費者問題がうまく解決すると思ったら、やはり、それは違うだろうと思う。

松岡会長 そういう意味では、なかなか知恵が回らないので、具体的にどういうことをやれば良いかを、若林委員のような専門家にいろいろアイデアを出していただくことが必要だと思う。

御質問のあった前半の点はいかがか。それについて簡単にお答えいただきたい。

山本課長 若林委員からの先ほどの御質問、義務教育期の消費者教育をどういう定義でやっているのかについては、先ほども少し触れたが、小学生向けに消費者教育のDVDの作成を決めて進めている。アニメーションで、クーリング・オフマンというキャラクターが案内してくれる話で、4つ5つのエピソードで紹介していく。大体、その子どもさんにとってお金とはどういうものか、お金は社会的にどういうふうな機能を果たしているのか、契約ということでは、世の中のいろんなやり取りが契約なんだよということであるとか、最後のほうでは知らない人から自分の個人情報、家の住所だとか電話番号その他、問われても言っちゃいけないよという話などである。直接の被害情報ではなく、そういうような社会の仕組み的なところから小学生の高学年ぐらいを対象に見ていただく。10分程度のDVDだが、それを小学校で見ていただくことを考えている。

若林委員 その内容で良いという判断は、どこでどういうプロセスで決定されたのか。消費者教育というのは非常に広いテーマで、買い物をどう進めるかもあるし、

或いは買った後でどうするか。最近では環境問題、その後の廃棄の問題も含めて、実に多様である。

実は子どもたちの生活の中で勉強とお片付け以外、お片付けも消費かも知れないので、勉強と健康以外は、いや健康もかかわるので、勉強以外は、全部消費みたいなものである。アニメを見てアニメのグッズが好きだ、アニメにやられてグッズが好きだという、「マーケティングの結果、あなたは踊らされて、それでいいの？」というテーマも有り得るぐらいで、だから、結局、彼らの生活の、ある意味、学校で学ぶこと以外のほとんどすべてが消費教育である。

そういうふうに広げると非常にテーマが広いので、1年生に何をしなければならないか、2年生で何を学ぶべきか、そういう時々の課題については、かなりしっかりとした監修技能が必要である。消費者被害では、若年層が引っ掛かっている消費者被害については、若年層をちゃんと啓発したら良い訳で、啓発の仕方は問題でも啓発すべき内容はハッキリしている。しかし、義務教育期の消費者教育では、何をやるべきか論そのものが、ずっと問われていると思う。

先ほど、契約を教えると言われたが、そもそも小学生に契約論を教える意味が良く分からない。なぜなら彼らは契約主体として認められていない。彼らが何を契約したって無効だと宣言すれば、無効になるのではないか。

松岡会長 いや、お小遣いの範囲内であれば、自分だけの判断で契約ができる。

若林委員 未成年の契約という議論には当てはまらないのか。

松岡会長 そうである。未成年でも、もらったお小遣いの範囲であれば、一人で契約ができる。

若林委員 できるではなくて、本人がその時は騙されたということで契約を解除する権利はあるのではないか。

松岡会長 騙されたのなら取消しできる。

若林委員 本人が騙されたというのは正確ではなかった。本人はその時点で間違っただけという場合は取消しできないのか。

松岡会長 それは難しい。ある意味では、お小遣いの範囲では、子どもには痛い目にも遭ってくださいというシステムである。痛い目に遭って経験を積み、もっと大きな痛い目に遭わないように教育する。民法はそういう仕組みである。

若林委員 小遣いの範囲ならOKというふうに読むというのは。

松岡会長 それはちゃんと規定がある。

若林委員 お小遣いの範囲というのは、子ども向けに預金口座を作っている場合があるが、そういうのも全部含めてか。かなりのお金があるケースがあるが。

松岡会長 お小遣いと言っても、それは使っていいよと渡された範囲内になる。口座に親が子どもの名前で積み立てているのは、使っていいよと渡しているのではないので、お小遣いではない。^{※3}

星野委員 子どもたちが皆、お小遣い帳というか、そういうものをキッチリさせるように親が教え、そして、そのお金をどう使うか、どういうものを、目的を持っている場合では自分で貯めていくとか、いろんな考え方というものを、それをもうちよつと、家庭の、本当の基をカッチリしてやらないといけない。教材とか、

市のほうから頂いているが、それまでのことが、何か空白が有るのではないかと
思う。

山本部会長　　若林委員の御発言、非常にもっともで、先ほど松岡会長から話があつたように薬物乱用について大学でちゃんと学生を指導しろというふうにいろんな流れからなっているが、そんなバカなことは止めてほしいと、効果も上がらないのに世間向けのポーズだけでそういうことをやるのはバカらしいと思っている大学人なので、仰るとおりだと思う。

学校教育で本当に消費者教育というものを行おうと思えば、これは文科省が動かないと動かない。1 教育委員会がやれることには限界がある。かつ、多くの保護者は受験に関係のない科目が増えることを好まないということも有り、非常に難しい問題である。私は法教育に若干関心を持っていて、今、法教育を学校教育の中に取り込もうという運動を一部の法学者が法務省と組んでやっているが、文科省が全然動かない。なぜかと言うと、現場の負担がしんどい、新しい科目が増えるとそれだけ教師が勉強しないといけないので、しんどいと。それと共に、保護者がそんな受験に役立たないことはやってほしくないということがあるので、一番大事な中学生の頃にそういうことができないという現状がある。なかなか難しいとは思いますが、折角、消費者庁ができたので、消費者庁にもそういうことを文科省に働き掛けていただくことを、いろんな機会を通じてやっていただければと思う。

それから、社会実験、社会工学的な発想、これもやはり予算が無いことにはできないので、実態では無理だろうと思う。消費者庁ができたということで、そこに予算がある程度集中して使える体制ができてきたので、やっぱりそちらでやって頂くというのが筋で、あまり京都市にそこを強く期待しても困惑されるだけかなという印象を持った。

ただ、もう1点。17 ページの参考に挙がっているファイナンスパーク、これは基本的には、リスクをとりなさいという教育をする場である。つまり株式投資を中心とする投資をしなさいと、個人が投資をして日本の資本市場を支えましょうというスキームで教育が組まれている。これは本来、消費者教育でイメージするものと全く逆方向の教育をやっている。こういうことばかりが有ると、確かに問題で、やはりここはバランスのとれた消費者教育というのが必要だと思う。

そのためには、先ほど若林委員の仰ったように目標を決めないと意味がない。賢い消費者、賢い消費者とは何なのかという、賢さをまず定義しないとやっぱりダメである。そここのところは対症療法的なやり方というののも取り敢えずの処方箋としては意味が有るのだろうが、賢い消費者を作っていくためにはどうしたらいいのかということ、根本的には賢さを定義したうえで考えなくてはいけないだろう。

全部すごい理想論でなかなか難しい。もう少し現場の教育者の声がいろんなところに出てきて、教育上どういう問題があるのかということが、いろんな場で議論されることを通じて、段々と改善していかざるを得ないだろうと思う。

和久井委員　　義務教育の消費者教育というのは、ライフステージ^{*4}ができて、カリ

キュラム^{※5}ができていますので、それに乗っかってやっているだけの話で、どういう効果が上がるか上がらないかというのは、小学生が聞く耳を持ってちゃんと聞けるかということだろう。年令層、ライフステージが文科省から教育現場に与えられて、幼児の時はこれをやりなさい、小学生何年生ではこれをやりなさいという、きちんと名目が載っている。多分、それに沿って、こういうこと、DVDの開発とかは、されているのだろうと思う。

この間のシンポジウムの最後のまとめで家庭教育の問題に関し考えると、小さいうちは家庭教育の中でやっていくべきである。消費者教育がなっていないということは、親の姿を見て子どもたちは育つということがあり、家庭、家族の中のコミュニケーションをもって、話し合いをしたり、消費者教育、小遣いの使い方などで育てていくものだと思う。

小さいうちは、論理的なことは、社会科の勉強でちょっと触る程度である。聞く耳を持つ年齢になったら、しっかりと、若年層、そういうライフステージはないが、若年層も機会を充実させて、そこである程度、義務付けて、消費者関係の架空請求だとかマルチだとかということを話す機会を作られたら良いと思う。それは、府や県であれば運転免許を更新するときに、必ず若者も来るし、年齢で更新時期が来るので、そのときに消費者の講座を1時間なり受けるということを経験義務付けたらどうかと、前からちょっと思っている。そうすると、ちゃんと理解できるということ、年齢をおいて理解できるということがある。私も大学で勉強しなおして、若者と一緒に机を並べて勉強したが、その時の社会人との話では、「若い者に比べて理解力が社会人は高い、それはやっぱり年齢がたって経験を積んでいることもあるので」ということが話題にあった。自分の切実な問題になって聞く耳をちゃんと持った時に、きちんと話してあげることが大切である。

保護者とか、親の教育に中心を向けていったら良いと思う。

早瀬委員 特に高校生ぐらいが対象になると思うが、消費者としての被害を防止する教育、勉強は、場合によっては事業者の側に立って、事業者として消費者に向き合うという勉強も必要だと思う。

例えば、錦の商店街は、静岡県のある高校とタイアップしている。京都へ修学旅行に行くときは2日ぐらい、そのスケジュールの中で錦の商店街の個店の勉強をさせる。そして消費者に対して向かい合う、生きた勉強をさせるという取組をしている。消費者としての勉強なり、パンフレットで勉強してもらうのも良いが、逆に事業者側の一員として勉強をして、消費者に対して立ち向かうような勉強をすることによって、すなわち反面教師というか、逆の立場で消費者の勉強、生きた勉強になる。今、申した例のように、修学旅行を兼ねて実地の勉強をするようなことも、これも1つの勉強だと思う。

松岡会長 確かにいろいろな勉強の仕方はある。これはまさに、良い取組をやっておられて、ある程度の効果が上がっている例だろう。もちろん効果の測定が難しいのは若林委員の御指摘のとおりだが、そういう工夫に関する情報を集めれば、ヒントになる。ヒントはたくさんあるほうが良いから、そういうことはやっていったら良い。

若林委員 先ほどライフステージ^{※4}についての議論があった。消費者庁等が用意している消費者教育のライフステージに準拠する意思が、京都市の消費者行政には有るのか無いのかが問われている。

もし有るのであれば、書き方を全部変えて、この消費者教育のライフステージ、これに沿って京都市でどの到達点にあるのか、それを受けて、家庭でどうするべきか、学校でどうするべきか、地域でどうするべきかというふうに全面的に組み立て直さないと、それに準拠しているのか、していないのか分らない。ライフステージの児童向けの領域の目的で挙げられているのは「安全」「契約・取引」「情報」「環境」の4つで、さらに目標が細分化されていて全部で目標が十数個あるが、先ほどのDVDの項目を聞いていても、そのすべてをカバーしているとは思えないので、その意味では、ライフステージの機能は無視していると思う訳である。

逆に言えば、京都の消費者行政として、もし、このライフステージ論で消費者教育をやるのであれば、ライフステージの児童段階・少年段階、それぞれ高齢期まで成人期を含めて全部あるので、「ライフステージのこの部分は家庭でやるから要らない」とか、「ライフステージのこの部分は学校でやる」とかいうふうにトータルに見るために、「これに準拠して現状を評価する」「これに準拠して京都市が他の様々な機関と連携しながら進める」という体系を示さないとダメである。

ライフステージでやっているのだろうと和久井委員は言われたが、今回のこの提案では、このライフステージ論は踏まえてないというふうにしか読めないで、ライフステージは無視されているとしか思えない。これに準拠して国レベルでは進めようとしているのであれば、このライフステージ論が適切かどうかはあるが、効果がすぐ上がるに決まっている訳なので、—— 1 から消費者行政をどうするべきか別のワーキンググループを使ってやるくらいであれば、—— 取り敢えず、実地でこの消費者教育の体系をどんどん展開したほうが早い。

そこで、もし今後、消費者教育の転換をされるのであれば、ライフステージに準拠するなら準拠するというふうに通せるか通せないかというのも、大きな課題ではないか。今回の提案は、ライフステージ論は採用していないまとめ方になっているし、方針になっていると思われるが、そこはいかがか。

横道係長 今回のDVDは、資料には「家庭科の新学習指導要領も踏まえ」としている。消費者教育に関するライフステージ、体系的推進ということは、消費者庁の前の国民生活局の段階で出ていたが、それを知っているうえで、敢えて、小学校で使っていただけるということを重点的に捉えている。

若林委員 DVDのことだけを言っているのではなく、この現状の評価のまとめ方にライフステージの目標をどれだけ実現できているかという達成評価を入れるべきであり、この現状の書き方がそうっていないということは、「ライフステージは採用されていないということですね」という意見を言っている。「ライフステージ論を採用したうえでDVDは今回ここに絞った」というのはOKである。なぜなら体系だから、DVD 1 個に全部入れろとは思っていない。問題は、消費者教育のプログラム全体が、⑨⑩⑪・・・とある、このプログラムが、ライフステージ論に則った書き方になっていない、則った評価プログラム、則った方針書になって

いないので、つまり「ライフステージ論は採用されていませんね」というコメントであるが。

横道係長 現時点では採用していない。

若林委員 ですから、するべきか、しないべきかという議論があるのではないと思う。今後も採用しないというのも有ると思う。

松岡会長 そこは多分、意識していなかったと言うべきか知れない。意識的に従っていなかったというものか。

山本課長 私どもなりに、していたというか、小学校高学年、中学生、高校生というように、その程度であり、文科省のライフステージに準拠した形でということまで考えが至っていなかった。

若林委員 これは文科省のレベルではなく、消費者庁、その前の国民生活審議会のレベルだったが。

(山本課長 言い間違いを了解)

若林委員 文科省だったら、間違いなく、こんなアバウトではなくて「1年生だったらこうだ」とやる。ところが、これは児童となっているから「小学生はこうだ」で、すごくアバウトであり、これでは教育できない。さらに「小学校1年生のテーマはこうだ」まで落とさないと学校現場では認められない。そういう意味では、ライフステージ論は、消費者庁はまだ文科省と擦り合わせが上手に進んでいないと受け止めるようなレベルの情報であるが。

松岡会長 御提案としては、そこはもう少しきちんと意識しろということか。

若林委員 違う。採用するか、採用しないかの判断があって、採用するのであれば、消費者教育の現状の評価も方針書も、それをベースに組み立てるというふうに進めるのが良い。それプラス、京都市独自を加えるのなら、独自というふうに加えれば良いのであって、ちゃんと消費者教育の体系が何に基づいているかという判断が必要だということである。

国の指針は参考にしないという判断も有り得るし、これに基づくという判断も有り得る。その判断が必要である。それをサボって消費者教育の体系を展開するのは、やっぱり自治体行政としては怠慢である。国が指針を出しているので、採用しないのであれば、正当な理由を挙げて採用しないというのでないと、おかしいのではないか。

山岸局長 そういう意味では、教育委員会、教育現場との擦り合わせが確実にできていないというのは仰るとおりである。こういうものを作っていくときに学校の授業の中でどういうふうに使ってもらうか、それと、もっと大きい、小学校6年間、その中で何をするのか、中学校で何をするかという、そういうものをもう1回、十分整理し直さなければ、なかなか今、仰っていることは達成できない。そこは教育委員会と十分話をしたいと思う。

若林委員 教育委員会との擦り合わせと言っているつもりではない。それは先ほど保護者も重要だと言われたように、地域も家庭も巻き込まないと義務教育期の消費者教育にはならない。つまり教育委員会、学校を動かせば良いという話ではない。

山岸局長　ただ教育委員会と擦り合わせしないと、これを保護者に配ってくださいと言っても配れないので、こういう教材なり、これは保護者用ですとかいう、そういうことを含めて整理しておかないといけない。それは中身まできっちりと教育委員会の言うとおりにしなければいけないかどうかというのとは別であるが、私ども独りよがりで作っても、全然配布できないというふうになる。

若林委員　学校ルート以外でも、児童手当でも何でも、別に区レベルでも、学校経由以外の本庁のほうでも、別のルートは幾らでも有り得る。学校を通さないと児童の父母にメッセージが届かないと単純には思わないが。

山岸局長　ちょっと届きにくいと思う。

若林委員　程度問題だという感じがする。

山本課長　資料のほうの 28 ページのほう、工程表の中に「8 消費者教育の推進」ということで、消費者庁のほうで今後 3 年間の取組表があり、国レベルで文科省と消費者庁の間で連携を図りながら、その辺の 1 つの指標、国の考え方が示されてくると考えている。

松岡会長　それでは、まだ他にも御意見があるかもしれないが、他にも議論すべきことがあるので先に進ませていただく。

〔事務局から説明〕

（資料 20～21 ページ参照）

- 「⑪広報・啓発における各種媒体の効果的な活用方法について」「⑫地域の催しや団体を通して行う啓発のあり方について」は、主として社会人とか高齢者が対象になると思うが、あまり先ほどのように年齢層にはこだわらず、全般的に情報提供・啓発をどうするか、という項目である。
- ⑪について、大きく紙媒体と電子媒体に分けられるが、届ける必要のある方にどう届けるか、媒体ごとに何を伝えるか明確化していくこと等が課題であり、御意見を賜りたい。
- ⑫について、口コミを媒体として、地域の催し、団体等通じて情報を伝えていくため、その取っ掛かりとして、京・くらしのサポーターの活動や団体のネットワークに期待して共催での講座開催等に取り組んでいる。団体との共催で講座をしていく場合は、本市の負担を増やさない形で講座の充実を図る効果もある。今後の展開・充実策について御意見を賜りたい。

松岡会長　⑪⑫の項目について、これにも先ほどの若林委員の意見が全般的に当てはまる話で、こういう事業でいいのか、そもそも効果はどうなっているのかが問題となろう。

メールについて言うと、メールマガジンの発行回数が少し少ないと思った。1 か月 1 度では情報が多すぎて、画面をスクロールしないと読めない。なかなか下のほうまでは読まれないので、短い内容でももう少し頻繁に発信したほうが良いのではないかと。

結城委員　ここの媒体だが、マスの媒体が全然触れられていない。先ほど松岡会長

も仰ったように、催しをやられても新聞・テレビでは扱われないということがある。その工夫をどういうふうにされているのか。例えば、この前の催しは、どういう広報をされているのか。なぜどこも扱わなかったのか。京都市の場合であったら市政記者クラブで、記者も含めているので、それをうまく活用すれば、お金も掛けずにPRできると思う。

それと、いろいろなトラブルとか相談では、こういう傾向が出るとか、おもしろく取り上げて情報を提供してもらえれば、新聞も扱うし、テレビでも扱うと思う。その辺の工夫をどの程度されているのか、この計画でも触れていないが。

山本課長 先日のシンポジウムは、企画のまとまったのが特に遅くなったが、広報発表は行い、広報担当を通じて新聞社等に広報資料を投げ掛けた。数ある広報資料に埋もれてしまう形で、ちょっとインパクトが足らなかったかなというのと、直接、取材の働きかけを少しすべきところを怠っていたのが、シンポジウムの後の広報を含めて、反省点と考えている。1つの催し、非常に内容のある取組をしても、内容のあることを考えたとしても、発信の仕方によって効果が違うので、この資料の課題欄には挙げていないが、その点は検討していく必要があると考えている。

松岡会長 あまり言っても仕方がないことだが、あえて付け加えさせていただく。市長はシンポジウムの最初のほうは来られなかった。それは予算関係の記者発表をやっておられたからである。そのときに市長から一言、これから消費者関係のシンポジウムに出かけるとアピールしていただく工夫はできなかったのかと思った。

結城委員が仰ったように、新聞や放送などのマスメディアに対してどうやって取り上げてもらうかをもう少し考えたほうが良い。

高田委員 情報を届ける必要がある人に、どう届けるかということでは、例えば、うちにも京・くらしの安心安全情報が来たり、マイシティライフも何部か来たりしているが、どうしても限られた人だけにしか配れないという話になる。例えば、それぞれの学区に自治会館のようなものがあると思う。うちの学区の場合は、いろんなサークル、教室をしたりしており、そういうところに高齢者の方も出入りされたりする。そこに、ポスター、パネルのような、そんなすごいものでなくて良いので、ある程度しばらく置いておくことができ、興味を引くようなパネル等を作って、「月2回ずつ換えてください」みたいな感じでお願いするなど、掲示用のいろんな情報配信を行うことを考えられたらどうかと思う。

たまたま今日うちに来ていたリビング京都に「まさか私の周りでも」という、市民生活の記事があった。これは、ほとんどいろんなところに配られ、パッと目に付いたりするので、みんなに読まれやすい。あまり、市の情報云々だとか、自分のところだけで頑張るのではなくて、リビング京都に限らず、そういうマスコミを利用する形、上手に利用できるような形の広報を考えられるのも良いのではないか。

和久井委員 消費者団体、講座の共催の関係だが、負担を増やさないようにやらなければならないというお話があった。私事だが、私たち相談員の同期生の勉強会

を立ち上げている。団体名を持たないと施設も借りられないので団体名だけを付け、大阪の人間がかなりいるので大阪を基点にして勉強会を行っているが、徹底して無料講座、無料講師である。インターネットを使って無料講師を探しまくって、場所を提供していただくのも大阪府の施設を無料でお借りしている。そこは環境系の研究機関であるが、パソコンを無料で貸して設置していただくなど、いろんなことをとても親切にしてくださる、本当に有意義に使わせてもらっている。立ち上げて約1年になり、講座を今まで6回目になり、明日も大阪で金融関係の講座を行うが、それも無料講座である。土曜日に開催しているので、講師の方には、なかなか官庁関係は無理があるが、無理を通していただき、きちんと来ていただいている。この前の特商法改正のときも近畿経済産業局から来ていただいて、きちんとやっていた。

これは、相談員の資質向上をしましょうという意義で開催しているが、一般向けの講座のときも、行政が主導であるので、わざわざお金を掛けなければダメなのかという前提があるだろうと思う。弁護士の先生を呼んで特商法の改正を講義いただくのと、経産省の方に来ていただいて講義いただくのでは資料が違ったり、弁護士の方だと条文解釈から事例までやるので、1時半から4時半まで休み無くやったということもあった。しかし、内容的には特商法の改正を把握すれば良いので、内容にはちょっと違いがあるが、行政であっても、できる限り無料講師で、場所は京都市で提供できるだろうから、負担を生じさせないで開催できる可能性はあるのではないかな。

松岡会長 ボランティア団体では、そういうことをやっているのが幾つかあるのか。

和久井委員 社団法人とか、啓発でやっているところがそうである。

松岡会長 そういうところに、京都市が何らかの形で便益を提供することによって、その活動を促進・助長する、ないしは援助するということは考えられないか。

和久井委員 講師の先生をお呼びするのには、お金が掛かり、弁護士の方がいらっしやれば相当掛かるだろうと思うし、大学の先生にお話を聞こうと思ってもそう簡単にはいかない。やっぱり専門性が高いと話の詰め方が違うので、机上で文字を追うよりは、やはり直接お話すると、生で感じている興味だとか質問だとかあるので有意義となる場合もある。お金を掛けずにやるというのであれば無料講師という選択もある。

横道係長 今の点について、資料にパワーアップセミナーとかの例を挙げているが、こちらの研修室、ないしはお金の掛かる別の会場も使ったりしたが、消費者団体に実際の運営とかはすべてやっていただいて、私どもが共催して市民しんぶん等で参加者募集するという形で一緒にやってきている。今後その費用負担が、京都市の財政状況等を考えると、ずっとそれが続けられるかは不安なところもある。経済的な負担もあり、また、人員体制の負担というところでは団体に運営に携わっていただいているが、そこをいかにすれば、費用、負担をなるべく少ない形でやっていけるかということで挙げている。無料講師を使うというのも、いろいろ情報をつかみながらやっている。やはり、お金をお支払いしないとお話しいただけないような高名な方のお話も聞きたいというニーズが、一般消費者の方にもあ

るので、年度の中でうまくバランスを取りながら、その点は、有料でやっていく、予算の範囲内でやれるべきところまでやるということで行いたい。

松岡会長 他によろしいですか。今のことと、少し繋がりがあるので引き続き、「⑬さまざまな消費者教育講座の開催について」及び「⑭豊かにくらすことができる環境の整備・創造について」を説明していただき、議論させていただく。

〔事務局から説明〕

（資料 22～24 ページ参照）

- 「⑬さまざまな消費者教育講座の開催について」「⑭豊かにくらすことができる環境の整備・創造について」は、最後の括りとして、ここまで漏らしてきたことや、少し範囲が広く漠然とした問いかけになるものを拾い上げる意味で2項目挙げている。
- ⑬については、消費者向けの講座で、テーマにとらわれず、これからどんなことをやればよいのか、講座のヒントをいただくなど、自由に御意見をいただきたい。
- ⑭について、現行計画では、21世紀型の豊かな消費生活社会づくりという大きなテーマが掲げられている。ある程度の絞込みは行ったが、それでも少し範囲が広過ぎるという感じがある。次期計画では、他の分野別計画との重複をある程度避けながら、どう絞り込んで、取り組んでいくのか、逆に融合的な取組で相乗効果を上げながらやっていくべき項目など、また、すきま事案的なことも含め、やや漠然と問いかけになるが、自由に御意見をいただきたい。
- ⑭については今日欠席された大谷部会長から御意見をいただいているので紹介する。

（要約紹介）

「豊かに暮らす」ということでは、環境以外でも、人とのつながり、安心感ということに目を向ける必要がある。いわゆる悪質商法の被害に遭う一因として孤独感、心の寂しさがあがり、それを解消しないことには安心感は生まれない。行政だけでなく地域での人と人とのつながりが欠かせない。また、「生活」を「生」と「活」の2つに分けて考えると、「生」が福祉的な最低限の暮らし、「活」が生き生き暮らすというQOL、生活の質に関わることであり、「豊かに暮らす」というとき、その視点が必要と考えられる。例として、配食サービスで、温かいものは温かく食べられるとかいろいろ挙げられるが、話を広げすぎると高齢化社会全体の問題に広がって取扱いが難しくなる部分はある。しかし、消費生活行政の分野でも何らかの形で取り上げ、そこに目を向けさせ、促進させることは考えられないか。

松岡会長 両方とも御意見伺いということで、最初の方では、消費者教育講座ですでにいろいろとやっているけれども、他のニーズや考えるべきテーマは無いかというお尋ねがあった。最後の「豊かにくらすことができる環境の整備・創造につ

いて」は、かなり抽象的であるので、むしろどういうところを消費者行政のポイントとして考えていくべきだろうかという、視角とかものの見方について、それぞれのお考えをお出しいただければと思う。関係するところは何でも御発言いただきたい。

狩野委員　今日の討議を聞いていると、行政の根本から考えていかなければならないこととか、本当に広範囲の問題が続出して有意義だが、もう、行政だけで取り組めば進むという話ではないだろう。人と人との繋がりを高める取組は、基本的な家族の輪とか近所の輪、基本的な生活のあり方ということに関わることである。取り組む場合は、あまり難しいことばかりでは市民に伝わらないし、まず簡単であることが大事である。その辺りを踏まえたうえで、市民的な運動として取り組むようなことを何か考えないと進んでいかないうだろう。

(委員　しばらく黙考)

松岡会長　最後のところがすごく難しいのは、拡散してしまうと、すごく抽象的で生き方そのものになってしまう。やはり消費生活行政のあり方の中で、この点にどう取り組むのかという視点を外すことは難しいだろう。そうすると、先ほど言われたように、ちょっと広がり過ぎという点がない訳ではないけれど、ここに挙がっているゴミ問題だとか環境の問題は、最近もここでは取り上げている。これらの問題は、消費生活に関係する中で、消費者自身が自分で考えなければいけない問題として、取り組むことができる問題でもある。消費者自身も生活の中である意味では責任を分担していることをハッキリさせる意味では、とても分かりやすい例だと思う。具体的にどこを取り上げるかは別の問題として、議論の1つのポイントであり、そこは、あまり腰を引かないで置いておいていただきたい。

山本部会長　大谷部会長の意見として紹介されたことを聞いて思い出したが、先日テレビで、フード・デザートというのがあるという番組をやっていた。食の砂漠と言うらしいが、つまり、年を取って足が衰えてくる、行動範囲が狭まってくると、狭まったその行動範囲内に食品を買える店が無くなるという、そういう現象が自治体によっては生じている。それに対する取り組み方としては、コミュニティの復活しかないのではないかという番組だった。

京都市では、そういう食の砂漠現象というのが、あるということは検証されているか。

驚頭部長　東山区辺りでは、非常に高齢化が進んで商店街がかなり寂れてきているので、お年寄りの方が自分の足で買いに行ける近くの店がだんだん減ってきている。そういう中で、どうやってその人たちの食生活を支えていくか。やはり、これは区役所のほうにもかなり問題提起があるのは事実である。

山本部会長　まさに消費生活の最低限のところが守られないという状況が出てきて、それをどうするかということは頭の痛い話だが、「そういうところで生活されている方がコミュニティの中から孤立していくこと」と「消費者がいわゆる消費者被害に遭いやすいこと」、その現象はおそらくかなり相関性が高いだろうと思う。また、介護保険では枠を超えたところに本当は高いニーズがあるだろうと思う。どうしたらいいのか全然処方箋は無いけれども、それは福祉の担当局と連携を取り

ながら検討をお願いします。

鷺頭部長 福祉の問題であるが、今の関連では、それと今、私どもの文化市民局の地域づくり推進課が所管している、いわゆる地域のコミュニティをいかに活性化していくかということが非常に大きな課題となっている。今、言われたような地域の中で、お年寄りをどうその地域で支えていくか、今、結構大きな課題となっている。特にコミュニティの活性化はいろんなところにかかわってくるという中で、現在、懇話会を作っており、その辺りを検討して提言をいただく予定としている。そういう中で、来年度には、ある程度具体的ないろいろな支援策を打ち出していくよう、用意をしている。

早瀬委員 コミュニティの崩壊、買い物の崩壊となってくると、伊藤委員の小売商総連合会と我々の商店連盟としては、一言申し上げねばならない。平成12年の6月からかつての本店法^{※6}から、今、三法^{※7}の問題になった。法律が変わった。我々事業者も反省しなければならないことがある。早く店を閉めるとか、この頃よく言われる。労働時間の関係もあるが、我々も反省すべき点が多々ある。しかし、ここには消費者の方もおられるので考えていただきたい。

この前、長谷川さんという経済産業省の中小企業庁の長官が、商店街を見学に来られた。この方の偉いのは、「早瀬さん、ちょっと、死にかかっている個店なり、商店街を見学させてくれ。」と言う。どことは言いませんが去年の7月に案内した。今回は、先月だったが、「元気な個店、商店街を見せてくれ。」と言われ、錦を案内した。

消費者の方にとって、大型店は、我々個店に比べて、たくさん品物がある。利便性がある。安心・安全の問題にも関わりがあるが、コンビニに至っては24時間やっている。消費者の方も利便性のみを追及されて、そればかりではなく我々も反省しなければならないところが多々あるが、商店街が寂れてきた。特化した広域の商店街は元気であるが、特に地域性の強い商店街が寂れてきた。

消費者の方もあまり利便性のみを考えられることはどうか。大型店が大きくなると、地域のコミュニティの商店街が疲弊することによって、後継者難ということもあるが、結局、今、仰ったような食の難民のような現象が出てくる。結局、高齢者になって、車はあまり使えない、地域で買うところがない、そのときに初めて目覚めていただくことになる。

商店街でも安心安全で電気をつけている。商店街が潰れたので電気が消えた。そこで地域の方は、「何で電気を消したのか。」と京都市に言っていくが、「あれは違います。」となる。商店街が、多少補助金はいただいているけれど、商店街が中心になって安心安全、地域のために電気をつけているのに、一般の市民の方はそこまで理解が無い。

我々も反省すべき点是多々ある。しかし、消費者の方々も、反省とは言いませんが、ただ利便性だけを追求されて動いてもらっては困ると、この際申し上げたい。本件とは外れているかも知れませんが、特に地域の崩壊は甚だしいので、その辺の、いわゆるトータルの判断なり、そういうことを消費者の方にもよく考えていただきたい。

松岡会長　　仰るとおりで、ここのテーマと外れているとは思わない。経済的な事実上の利便性という尺度ですべてが測れるかということはどうもそうではないだろうと。むしろ、まさに我々の生き方の問題として、それだけで良いのか、それだけで安全に暮らせるのかという問題である。もっとも、非常に深い問題なので、だからどうするのかということは難しい。

早瀬委員　　京都市，地方自治団体だけでは解決できない問題で，国の問題である。これは大型店の規制になる。

規制緩和万能ではアカンということだが，もちろん規制の緩和も必要で，世の中，そんな一方的なことは一概には言えない。しかし，すべて規制緩和すれば良いということではない。よく言われることだが，アメリカも，アメリカの中央政府，ワシントンの政府は外国に規制緩和を求めている。ところがアメリカも州のかたまりであり，具体的に言うとアイオワ州，アイオワ州はちゃんと商業者の側に立って大型店を規制している。アメリカもしたたかで，州では大型店に対して規制をして，中央の政府は外国に規制緩和を求めている訳であり，それに日本は応じた訳である。これは京都市に言ってもダメだが，やっぱり日本ももっと考えなければならない。

高田委員　　私はコンシューマーズ京都という消費者団体から出ているが，確かに本当に言われるとおり，消費者も反省すべき点が多々ある。私たち消費者も，今度の3月の初めに「安いのはうれしいけれど，でも」というセミナーをする。今，本当に「安い，安い」ということで，それはうれしいことで，ついそちらのほうに手を出してしまうけれど，「それで本当に良いのでしょうか，もう少し安さの裏にあることを考えてみませんか」というセミナーをする。また，そういうことも含めて，いわゆる賢い消費者，賢いということはどういうことか，みんなできちんと考えないといけない，賢い消費者になりましょうという話について，消費者団体と共同で，いろんなセミナー，いろんな学習会をしたりしている。

私たちも，生産者の方とか，商業者の方とか，事業者の方たち，その人たちがみんな悪いとか言う気持ちは更々無い。そういう方たちと協働しながら本当に生きやすい社会というのを作っていきたいということで，今の消費者運動というのは動いているのではないかと思う。この前，早瀬委員が言われた「みやこみち」の環境の取組を見に行ったりだとか，いろんなところで，お陰を持ちながら，活動している。そういう意味では，また御一緒に，消費者も反省して，次の新しい形というものをいろいろと勉強していこうというつもりでやっている。その辺のところは御理解いただきたい。

もう1つ，今後の消費者行政ということでは，先日のメッセージにもあったが，消費者庁ができて，一元的にいろんな消費者問題をやっていこうという時である。これと今度のこの計画，先ほどもそれぞれのところが分野別の計画を出しているから重複をしないようにという話もあったが，消費者庁ができて，そういう法律ができて，国の組織が一元化というふうに立っている場合，地方行政にも，ある意味で司令塔機能をもった一元的な組織というものが求められている。その辺のところと，いわゆる縦割りの計画をそれぞれが出すところとの，何と云うか，

繋がりのようなこと、こういう基本計画で、もっとどうしていくのかというところが分からない。聞くところによると、例えば兵庫県や京都府では、いわゆる消費者行政、安心の行政と、安全的なそういう行政を、少しまとめた形で、知事などが司令塔になった組織を作られたと聞いているが、その辺はどうか。

松岡会長　御発言は、ちょうど最後の計画の実効性の確保にも関係があるところである。そこに、権限分配・協調ないしは体制の問題も出てくるので、事務局から計画の実効性の確保の中で、今の点も織り込みながら説明をしていただきたい。

〔事務局から説明〕

(資料 25 ページ参照)

- 「計画の実効性の確保」は現行計画の最終章で取り上げている項目であり、ここでは、計画の推進体制、計画の点検・評価方法について御意見をいただきたい。
- 現在の推進体制では、庁外会議は1回開催したが、この会議の必要な場面が今のところない状況である。庁内会議は、計画の推進状況の点検等のため開催しているが、消費者行政の一元化というようなどころについては、これからの検討課題のである。
- 消費生活基本計画の中では、消費生活行政の根幹として、消費生活相談を中心とする消費者保護の部分をきっちり前進させていくため、選択と集中で施策を絞り込んでいくとともに、暮らしの消費生活行政として、広い視野とのバランスを図りたい。そこをどう結びつけ、機能させていくかが、一元化の議論につながる。
- 他局の計画との関係では、他局の取組は、それぞれの担当局がそれぞれの計画に基づいて推進している。消費生活に関係する取組について消費生活基本計画で推進状況を把握しているが、意見があれば、担当局に意見を伝えていく、担当局は意見を伝えられたら必要に応じて意見の反映を図っていく、そういう関係で成り立っている。
- 客観指標については、計画期間は一応5年を目安に考えているので、長期的な部分、短期的な部分で変わってくると思うので、そういう点についても御意見をいただきたい。

松岡会長　最後の点は、そもそも評価指標としてどういうものを考えるかということだが、先ほど若林委員の発言にあったように、「指標として適性なものが有るのかどうか。無いとしたらそれは新たに開発できるかどうかを研究しよう。」という段階かも知れない。

それから高田委員の御発言との関係では、各部局の連携及び調整ないしは一元的なもの、取組・組織化など、すごく悩ましい問題である。特に京都市のように大きな組織になってくると、すべてをトップダウンで決めていくような一元的なものができるかということ、現実的には考えにくいところがある。消費者庁が今後どうするか、そこに倣えるような見本があれば良いが。

山本部会長　　前々回だったか、部局の再編は非常に難しいという話が当局からあったと思うが、消費者問題の担当副市長というのはおられるか。

山本課長　　文化市民局を担当している星川副市長が所管の副市長ということになる。

山本部会長　　それは、他の部局に対しても一定の指示をする権限をもっている形での消費者問題担当の副市長か。

山本課長　　3人の副市長が、それぞれいろんな局を幾つか分担して担当しているということで、文化市民局の中には私どもがいるということである。

山本部会長　　いや、結局、局間の調整をする権限を持っているのか、単に縦割りの中のトップなのか、どちらなのかということをお聞きしているのだが。

山本課長　　他局間は総合企画局というのがあり、その局については、1人の副市長が持っているのではなく、3副市長が所管している形になっている。

山岸局長　　今は消費者行政ということの特命で持っているという形ではない。今の形は、せいぜい連絡調整である。

山本部会長　　部局の編成で再編が難しいのであれば、こういう市長を補助される方の中で消費者行政の担当というものを決めて、そこで統括していただくという仕組みが無いと、やっぱり縦割りはずっと消えないということになるのではないか。

早瀬委員　　この問題の政策監はおられないのか。おられるとその方が政策調整することになるのだが。

山岸局長　　政策目的でいろんな局をまたがって仕事をする政策監というのものもあるが、そういうことも今は無い。

仰られたように、今回計画を作るときに実効性をどう確保するかということでは、どれだけ他の局が作っている計画、また事業と、整合性を持たした計画にするかということについて、計画の案を作るときにかなり調整をしないといけない。

早瀬委員　　現段階では、総合企画局の西村局長が担当されることになるのか。

山岸局長　　それについては、今、市全体の基本計画というのが動いている。当然その中にも消費者教育などの項目は出てくると思う。

しかし、市全体の基本計画の中には全部は書けないので、やはりこの計画で、消費者行政に特化した部分というのは作っていかねばならない。そこには、今お話がいろいろあったように、市民生活にはいろんな局がほとんど関わるので、いろんなことが網羅されてくる形で作っていくことになると思う。ただ、その事業の進行管理というのは、ここで、まとめた形の進行管理というのはやるが、実際の進行管理はそれぞれの権限を持っている局で進行管理していくことになる。

松岡会長　　その点では、今、組織構成上はやはり限界がある。ハッキリ言うとそういうことになる。市長が「総合行政、統合行政」と仰るとき、そのあたりについては何かお考えになっているか。

山岸局長　　今、いろんな課題の側から考えると、事業を進めるときに当然1つの局で事業ができることは少ない。いろんな形でプロジェクトチームを作ったりしている。プロジェクトでも、ものすごく数の多いプロジェクトと、ある程度、局が絞られた形でいくプロジェクトがある。特に今の市長になってから融合という言葉をよく使っているが、いろんな局にまたがる事業については融合モデルとして

取り扱っている。消費者行政は、そういう形ではまだ取り上げられていないが、実態としてはそのようにしないと進まない。

松岡会長　市長は「前向きに」と仰っているので、できればそういう方法で消費者行政も考えていただけると有り難い。

山岸局長　この前のシンポジウムの市長の発言もそういう意味で、ゴミの問題から、教育の問題、幅広い性格の中で、本当の家庭生活まで含めて幅広い捉え方をしている、私どもも、そういう理解をしている。

松岡会長　予定時間を少し超過しているが、もう少し御意見があれば御発言いただきたい。

和久井委員　消費生活相談員のレベルアップというところに関して、この前、九州の消費生活相談員の同期生が京都に研修に来た。御自分の費用で来られたのかと聞くと、地方消費者行政の交付金を使って出張費をもらって来たという話で、1人6万円掛けて2名九州から参加された、地方交付金はそのように使えると知った。特商法改正の研修に来られたが、それは各地域でできるだろうということが頭によぎった。確かに地方行政に使われているのではあるが、1人のために5,6万円使うのではないだろうという問題である。ちょっと無駄な費用を地方交付金で使われているのではないかと考え、京都市では有効に地方交付金を使っていたきたい。

相談員には、毎日勉強しなきゃダメだというくらい、いろんなことが出てくる。相談レベルを上げるには、新人だから研修するのでお金を使う、新人のみ研修するというのではなく、相談員はたくさんいるので既存者も含めて大勢の人間のレベルアップを図るように、地方交付金を使う場合は使ってほしい。

松岡会長　研修など、レベルアップの方法にはいろいろあるので、効率のよい有意義な費用の使い方をしてくださいという御意見である。

一応、今日で全部にわたって御意見を頂戴したということになる。今後、どういう形で話が進むのかを事務局から御案内差し上げて、さらにまた御意見を個別にもお出しただければ良いと思う。

山本課長　冒頭にも少しお話させていただいたが、先月、今回と2回御意見をいただいた。これを議事録、資料としてまとめて、2月3月と事務局のほうで計画の素案作りを進めていきたいと考えている。素案作りは、行政内部で案を作り、その案を次回、年度明け以降になると思うが、審議会を開いて、素案案についての御意見をいただく。それで素案が固まればパブコメで市民意見をいただき、その後パブコメをいただいた上での案を審議会にお諮りし、最終的には答申としていただく。

これから、素案作りを始めるに当たり、委員の皆様には、今日、お話いただかなかった部分で新たに御意見としていただく部分については事務局のほうにお寄せいただきたい。

松岡会長　それでは、今日の審議はこれにて終わります。

驚頭部長　本当に皆さん、長時間にわたり貴重な御意見をたくさんいただき、ありがとうございます。本当に貴重な御意見をいただき、事務局として、これを皆さ

んの意向に沿うような形でまとめていくのは非常に重大な責任があると思う。極力、皆様の御意見を活かし、素案を作っていきたいので、今後ともよろしく願いしたい。本日はどうもありがとうございました。

(閉会)

巻末 注

※1 (1ページ) シンポジウム

平成 22 年 2 月 2 日 (火) 午後 2 時からウィングス京都イベントホールで、シンポジウム「未来へつなぐ消費生活を京都から」を開催した。

内容 (1) 基調講演

[テーマ] これからの消費生活を考える ～消費者市民に求められるもの～

[講師] 松本 恒雄 氏 (一橋大学法科大学院長・内閣府消費者委員会委員長)

(2) パネルディスカッション

[テーマ] 未来へつなぐ消費生活を京都から

[パネリスト]

二之宮 義人 氏 (弁護士)

松本 恒雄 氏 (一橋大学法科大学院長・内閣府消費者委員会委員長)

渡邊 明子 氏 (京都生活協同組合副理事長・京都市消費生活審議会委員)

門川 大作 (京都市長)

[コーディネーター]

松岡 久和 氏 (京都大学大学院法学研究科教授・京都市消費生活審議会会長)

※2 (2ページ) 市長記者会見

2 月 2 日 (火) 午後 2 時から、「平成 22 年度当初予算 (案) について ～生活安心・未来へのトライ予算～」と題して、市長記者会見が行われた。

※3 (8ページ) 未成年者契約とお小遣いの範囲

民法第 5 条に未成年者の契約に関する規定があり、その第 3 項が「使っていいよと渡されたお小遣い」というものを表しています。

(未成年者の法律行為)

第 5 条 未成年者が法律行為をするには、その法定代理人の同意を得なければならない。

ただし、単に権利を得、又は義務を免れる法律行為については、この限りでない。

2 前項の規定に反する法律行為は、取り消すことができる。

3 第一項の規定にかかわらず、法定代理人が目的を定めて処分を許した財産は、その目的の範囲内において、未成年者が自由に処分することができる。目的を定めずに処分を許した財産を処分するときも、同様とする。

※4 (9ページ, 11ページ) ライフステージ

平成17年4月に閣議決定された「消費者基本計画」に基づき、消費者教育の体系化を図るための調査研究が行われた。「消費者教育体系化のための調査研究報告書（財団法人 消費者教育支援センター 平成18年3月）」中、巻末に「消費者教育の体系シート ― ライフステージに応じた領域別目標 ―」の形でまとめられている。

※5 (10ページ) カリキュラム

平成 20 年 3 月 28 日に文部科学省より、新しい幼稚園教育要領、小学校学習指導要領、中学校学習指導要領等が公示された。改訂のポイントの重要事項 6 項目には、消費者教育に関わる「環境、家族と家庭、消費者、食育、安全に関する学習を充実」「情報の活用、情報モラルなどの情報教育を充実」の 2 項目が掲げられている。

※6 (18 ページ) 大店法

大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律（通称：大店法、大規模小売店舗法）、平成 12 年 6 月廃止。

※7 (18 ページ) 三法

まちづくり三法。大規模小売店舗立地法（通称：大店立地法）、中心市街地の活性化に関する法律（通称：中心市街地活性化法）、改正都市計画法の 3 つの法律をいう。

中心市街地の衰退に伴い、大型店の出店調整に留まらず関連法の一体的な推進によって、地域の状況に応じた総合的なまちづくりを行う観点から制定・改正された。

大店立地法：平成 10 年 6 月公布，平成 12 年 6 月施行 中心市街地活性化法：平成 10 年 6 月公布，平成 10 年 7 月施行 改正都市計画法：平成 10 年 5 月公布・部分施行，平成 12 年 4 月完全施行
--

しかし、市街地の状況改善は進まず、平成 18 年 5 月に大幅な改正が行われた。

その改正の趣旨については、「中心市街地活性化法の概要と支援策について（平成 18 年 6 月 26 日，経済産業省，国土交通省）」によると、まちづくり三法の見直しによる今後の中心市街地活性化策の方向として、基本的な方向性は、「人口減少社会の到来」「持続的な自治体財政」「コミュニティーの維持」を考慮し、「コンパクトでにぎわいあふれるまちづくり」を行うこととされ、また、施策の方向性として、「都市機能の市街地集約」と「にぎわいの回復」の「一体的な推進」が掲げられている。